

# **STRATEGI BISNIS PADA BIRO PERJALANAN WISATA DALAM MEMASARKAN PAKET WISATA**



## **SKRIPSI**

Diajukan untuk Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

**HALIM FADHLURROHMAN**

**B 100 150 057**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2020**

## HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca Skripsi dengan judul:

### **STRATEGI BISNIS PADA BIRO PERJALANAN WISATA DALAM MEMASARKAN PAKET WISATA**

Yang ditulis dan disusun oleh:

**HALIM FADHLURROHMAN**

**B 100 150 057**

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 16 Mei 2020

Pembimbing Utama



**(Ihwan Susila, S.E., M.Si., P.hD.)**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



**(Dr. H. Syamsudin, SE., MM)**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS  
Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.211 Surakarta

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **HALIM FADHLURROHMAN**  
NIRM : **B 100 150 057**  
Jurusan : **MANAJEMEN**  
Judul Skripsi : **STRATEGI BISNIS PADA BIRO  
PERJALANAN WISATA DALAM  
MEMASARKAN PAKET WISATA**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 16 Mei 2020

Yang Membuat Pernyataan,

**(HALIM FADHLURROHMAN)**

## **MOTTO**

“Pengetahuan adalah senjata paling hebat untuk mengubah dunia”

(Nelson Mandela)

“Dua musuh kesuksesan adalah penundaan dan alasan”

(Penulis)

“Jika kau ingin mengatur orang lain, atur dirimu sendiri dulu”

(Abu Bakar)

“Tidak ada kesuksesan melainkan dengan pertolongan Allah”

(Q.S. Huud: 88)

“Setiap orang punya jatah gagal. Habiskan jatah gagalmu saat muda”

(Dahlan Iskan)

## **PERSEMBAHAN**

Dengan rasa syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya yang telah diberikan kepada kita semua sehingga skripsi dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Orang tua yang tercinta Bapak Suherjan dan Ibu Wiwik Kisdiyati serta kakak saya Fandi Rasyid dan adik saya Sabrina Aribah yang selalu mendukung saya baik secara moril dan materiil. Terimakasih atas segala doa dan dukungannya untuk keberhasilan penulis.
2. Teman-teman saya yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu yang sudah menemani saya selama menempuh kuliah di fakultas ekonomi dan bisnis ini.
3. Dosen, pembimbing dan semuanya yang telah mengajarkan dan mendidik saya dengan baik agar kelak akan dipergunakan di esok hari semua ilmu yang telah diberikan dalam hal kebaikan.

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana strategi bisnis yang dilakukan pada biro perjalanan wisata dalam memasarkan paket wisata dalam industri pariwisata. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan populasi yang terdapat pada Biro perjalanan Malinda tour. Tetapi peneliti hanya mengambil seorang sample dalam pencarian informasi. Dengan demikian metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang menggunakan wawancara dan observasi kepada pihak biro Malinda Tour sebagai metode utama dalam pengumpulan data. Wawancara dilakukan terhadap pemimpin sekaligus pemilik biro perjalanan malinda tour. Observasi dilaksanakan terhadap konsumen Malinda tour tanpa adanya pertanyaan. Sedangkan data sekunder berupa teori dan data penunjang lainnya diperoleh dari dokumen maupun dokumentasi biro perjalanan Malinda Tour. Semua data tersebut digunakan untuk mendeskripsikan bagaimana strategi bisnis yang dilakukan pada biro perjalanan wisata Malinda Tour dalam memasarkan paket wisata. Dari hasil penelitian didapatkan bahwa strategi dalam memutuskan target pasar adalah dengan memperhatikan banyaknya konsumen dan segmen pasar yang dipilih untuk dijadikan target pasar adalah siswa sekolah yang akan melakukan study tour baik kunjungan kerja maupun berlibur, hal ini dikarenakan target tersebut memiliki tingkat pertumbuhan yang tinggi karena harga yang ditawarkan masih mudah untuk dijangkau

**Kata Kunci :** Strategi Bisnis

## **ABSTRACT**

This study aims to describe how the business strategy carried out in travel agents in marketing tourism packages in the tourism industry. In this study researchers used the population contained in the Malinda tour travel agency. But researchers only take a sample in the search for information. Thus the method to be used in this study is a qualitative method that uses interviews and observations to the Malinda Tour bureau as the main method in data collection. Interviews were conducted with the leader and owner of the Malinda tour travel agency. Observations were carried out on Malinda tour consumers without question. Whereas secondary data in the form of theory and other supporting data were obtained from documents and documentation of the Malinda Tour travel agency. All data is used to describe how the business strategy carried out at the Malinda Tour travel agency in marketing tour packages. From the results of the study found that the strategy in deciding the target market is to pay attention to the number of consumers and selected market segments to be the target market are school students who will conduct study tours both work visits and holidays, this is because the target has a high growth rate due to price offered is still easy to reach

**Keywords:** Business Strategy

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT, shalawat serta salam kepada nabi Muhammad SAW, atas rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **"STRATEGI BISNIS PADA BIRO PERJALANAN WISATA DALAM MEMASARKAN PAKET WISATA"**, sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Terimakasih yang tak terhingga penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, semangat, dan bantuan moril maupun materil, langsung maupun tidak langsung, sehingga karya ini dapat terselesaikan dengan baik. Dengan segala kerendahan hati penulis hanya mampu mengucapkan terimakasih yang tulus kepada:

1. Bapak Ihwan Susila, S.E, M.Si, Ph.D., selaku Pembimbing Skripsi yang dengan sabar dan tulus telah memberikan banyak masukan, arahan, bimbingan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Kedua Orang Tua yang selalu mengajarkan arti sebuah kerukunan, kesabaran dan kegigihan menghadapi hidup dengan doa, keceriaan dan dukungan dari kalian akhirnya aku dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Seluruh pihak yang membantu terselesaikannya skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna dan terdapat beberapa kekurangan. Oleh karena itu, penulis berharap adanya masukan, kritikan dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL.....                                  | i    |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                             | ii   |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....                    | iii  |
| MOTTO .....   | iv   |
| PERSEMBAHAN .....                                   | v    |
| ABSTRAK .....                                       | vi   |
| ABSTRACT.....                                       | vii  |
| KATA PENGANTAR .....                                | viii |
| DAFTAR ISI.....                                     | ix   |
| DAFTAR TABEL.....                                   | xi   |
| DAFTAR GAMBAR .....                                 | xii  |
| BAB I    PENDAHULUAN .....                          | 1    |
| A. Latar Belakang Masalah .....                     | 1    |
| B. Rumusan Masalah .....                            | 4    |
| C. Tujuan Penelitian.....                           | 4    |
| D. Manfaat Penelitian.....                          | 4    |
| E. Sistematika Penulisan Skripsi .....              | 5    |
| BAB II    TINJAUAN PUSTAKA .....                    | 6    |
| A. Strategi Bisnis .....                            | 6    |
| 1. Pengertian Strategi Bisnis .....                 | 6    |
| 2. Strategi Pemimpin Pasar .....                    | 10   |
| 3. Strategi Penantang Pasar .....                   | 11   |
| 4. Pengikut Pasar .....                             | 12   |
| 5. Penggarap Relung Pasar.....                      | 13   |
| 6. Tujuan Strategi Bersaing.....                    | 13   |
| 7. Faktor-Faktor Startegi Bersaing.....             | 15   |
| 8. Strategi Pemasaran Melalui Teknologi .....       | 17   |
| 9. Langkah-Langkah Pemasaran Melalui Internet ..... | 18   |
| 10.Pemasaran Gerilya Di Internet .....              | 20   |

|         |   |    |
|---------|---|----|
|         | B. Pemasaran Jasa .....   | 22 |
|         | 1. Pengertian jasa .....  | 22 |
|         | 2. Pemasaran Industri Pariwisata .....                                | 23 |
|         | 3. Kendala Yang Dihadapi Industri Pariwisata .....                    | 25 |
|         | 4. Usaha-usaha untuk meningkatkan penjualan jasa travel<br>biro ..... | 26 |
|         | C. Penelitian Terdahulu .....   | 28 |
| BAB III | METODOLOGI PENELITIAN .....   | 33 |
|         | A. Jenis Penelitian .....   | 33 |
|         | B. Sumber Penelitian .....  | 33 |
|         | C. Lokasi penelitian .....  | 34 |
|         | D. Teknik Pengumpulan Data .....                                      | 34 |
|         | E. Analisis Data .....  | 36 |
| BAB IV  | HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....                                 | 39 |
|         | A. Gambaran Umum Perusahaan .....                                     | 39 |
|         | 1. Sejarah berdirinya Biro Perjalanan Wisata Malinda Tour ..          | 39 |
|         | 2. Visi dan misi .....  | 40 |
|         | 3. Lokasi Perusahaan.....   | 40 |
|         | 4. Pelayanan Perjalanan .....   | 40 |
|         | 5. Struktur Organisasi Malinda Tour .....                             | 42 |
|         | B. Hasil Analisis .....   | 43 |
|         | 1. Strategi Segmenting .....  | 43 |
|         | 2. Strategi Targeting .....   | 53 |
|         | 3. Strategi Positioning .....   | 59 |
|         | C. Pembahasan.....  | 66 |
| BAB V   | PENUTUP .....   | 68 |
|         | A. Kesimpulan .....   | 68 |
|         | B. Keterbatasan Penelitian .....                                      | 69 |
|         | C. Saran .....  | 69 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## **DAFTAR TABEL**

|           |  |    |
|-----------|--|----|
| Tabel 4.1 | Rekap Hasil Penelitian Segmentasi Demografis .....       | 45 |
| Tabel 4.2 | Rekap Hasil Penelitian Segmentasi Geografis Tujuan ..... | 48 |

## **DAFTAR GAMBAR**

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1.1 Jumlah Perjalanan Dan Pengeluaran Wisatawan Nusantara<br>(2012-2018)..... | 2  |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi Malinda Tour.....                                     | 42 |
| Gambar 4.2 Alur Strategi Segmentasi.....   | 44 |
| Gambar 4.3 Alur Strategi Targeting.....  | 55 |
| Gambar 4.4 Alur Strategi Positioning.....  | 60 |